

# **TINJAUAN PELAYANAN PELANGGAN PADA PT.PEGADAIAN (PERSERO) UNIT JENNAE KABUPATEN SOPPENG**

Feby Ramdhana

1494043050

Jurusan Pendidikan Ekonomi

Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Makassar

## **ABSTRAK**

FEBY RAMDHANA, 2019 Tinjauan Pelayanan Pelanggan pada PT. Pegadaian (Persero), Unit Jennae Kabupaten Soppeng. Study Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar. Dibimbing oleh Prof. Ir. Ilham Thaief, MM, MBA, IPM dan Muh. Ihsan Said Ahmad, S.E.,M.Si

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada PT. Pegadaian (Persero), Unit Jennae Kabupaten Soppeng. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Jenis dan metode yang digunakan adalah metode analisis kuantitatif yakni melalui data yang diperoleh dari hasil dokumentasi dan kuisioner lalu diolah melalui perhitungan program *SPSS for windows*. Berdasarkan hasil penelitian pada variable kualitas pelayanan bila dikaitkan dengan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya termasuk dalam kategori sangat baik, sedangkan untuk variable kepuasan pelanggan, bila dikaitkan dengan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya juga termasuk dalam kategori sangat baik.

Kata kunci : Kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan

## 1.1 PENDAHULUAN

Dewasa ini semakin diyakini, bahwa kunci utama memenangkan persaingan dalam dunia usaha yang semakin ketat adalah memberikan nilai dalam kepuasan kepada konsumen melalui penyampaian jasa yang bermutu dan berkualitas. Perubahan paradigma telah memaksa setiap organisasi pelayanan jasa untuk melakukan berbagai pembenahan. Kualitas layanan yang baik tidak hanya diukur dari kemewahan fasilitas kelengkapan teknologi dan penampilan fisik petugasnya, tetapi juga diukur dari efisiensi dan efektivitas serta ketepatan pemberian pelayanan kepada konsumen.

Analisis perilaku kualitas layanan dan kepuasan pelanggan sangat diperlukan, mengingat keberhasilan suatu usaha bukan dibutuhkan oleh produsen saja, tetapi justru dikehendaki dan dibutuhkan oleh pelanggan. Karena pelangganlah yang sebenarnya memutuskan sukses atau tidaknya suatu perusahaan. Kepuasan pelanggan adalah merupakan faktor yang sangat menentukan dalam perusahaan. Sebaliknya kekecewaan pelanggan dalam memberi layanan bisa menjadikan kehancuran perusahaan di masa datang.

Perubahan sosial ekonomi yang terus terjadi dalam proses perkembangan suatu negara memunculkan tantangan baru dalam dunia bisnis. Para eksekutif pemasaran harus dapat mengembangkan konsep pemasaran yang berorientasi pada pelanggan. Mereka harus dapat memenuhi tuntutan pelanggan tentang pelayanan yang lebih baik dan memuaskan serta dapat menyediakan barang atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan para pelanggan.

Dari sudut pandang pihak perusahaan, diperlukan suatu strategi agar dapat memenangkan persaingan dalam merebut pasar. Untuk itu dibutuhkan analisis untuk mengetahui sejauh mana tingkat kebutuhan, keinginan, dan kepuasan pelanggan. Mutu pelayanan yang baik merupakan suatu hal yang sangat penting untuk meraih pasar. Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dengan harapannya.

Kunci keberhasilan penyelenggaraan jasa adalah memberikan pelayanan yang dapat memenuhi dan menjawab segala kebutuhan dan permasalahan konsumen setiap saat, di manapun dan dalam kondisi apapun secara cepat dan tepat. Oleh karena itu setiap organisasi yang bergerak di bidang pelayanan jasa apapun dituntut untuk menempatkan orientasi kepada kepuasan konsumen sebagai tujuan akhir. Pemahaman-pemahaman mengenai organisasi layanan jasa yang mandiri, terkemuka dan berkualitas dalam memberikan pelayanan harus diterapkan dalam mengelola organisasi layanan jasa. Pemahaman mengenai kemandirian adalah upaya mengembangkan dan meningkatkan pelayanan organisasi layanan jasa itu sendiri. Terkemuka berarti memposisikan dan memberikan eksistensi organisasi layanan jasa penyiaran yang sejajar dengan organisasi layanan jasa lainnya yang telah maju di Indonesia. Dengan penguasaan pemahaman akan layanan, maka tujuan dapat tercapai.

Fenomena dari bentuk-bentuk kualitas layanan yang perlu ditingkatkan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen yaitu dengan memberikan pelayanan yang terdiri dari :

1. Fenomena pelayanan yang responsif (*responsiveness*), yaitu tenaga karyawan atau staff PT. Pegadaian (Persero) Unit Jennae Kabupaten Soppeng dalam memberikan pelayanan menyadari pentingnya pelayanan yang menyenangkan dalam bekerja sesuai dengan penguasaan bidang profesi kerja yang memberikan respon yang positif dan menyenangkan.
2. Fenomena pelayanan yang meyakinkan (*assurance*), yaitu tenaga karyawan atau staff PT. Pegadaian (Persero) Unit Jennae Kabupaten Soppeng memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan melakukan komunikasi dengan konsumen memperlihatkan sikap ramah dan sopan, memberikan jaminan akan keselamatan dan kenyamanan sesuai mekanisme pelayanan, yang menjamin konsumen untuk loyal menggunakan dan memakai jasa PT. Pegadaian (Persero) Unit Jennae Kabupaten Soppeng.
3. Fenomena dari pelayanan bukti fisik (*tangible*), yaitu tenaga karyawan atau staff PT. Pegadaian (Persero) Unit Jennae Kabupaten Soppeng dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan penggunaan peralatan, perlengkapan dan kemampuan karyawan melayani konsumen.
4. Fenomena dari pelayanan empati (*empathy*), yaitu tenaga karyawan atau staff PT. Pegadaian (Persero) Unit Jennae Kabupaten Soppeng dalam memberikan pelayanan menekankan adanya keseriusan, kepedulian dan perhatian pada pelanggan.

Fenomena mengenai pelayanan kehandalan (*reliability*), yaitu tenaga karyawan atau staff PT. Pegadaian (Persero) Unit Jennae Kabupaten Soppeng dalam memberikan pelayanan bekerja secara cepat dalam proses pelayanan dan memberikan pelayanan dengan tidak pilih kasih.

Berdasarkan dari berbagai referensi yang membahas mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen dari suatu perusahaan jasa seperti PT. Fajar dan Toko Buku Gramedia, maka dari itu peneliti penasaran dan tertarik untuk mengetahui bagaimana kinerja dari PT. Pegadaian dalam melayani pelanggan.

Dengan melihat dari berbagai penjelasan atau uraian yang telah dijelaskan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **“TINJAUAN PELAYANAN PELANGGAN PADA PT. PEGADAIAN (PERSERO) UNIT JENNAE KABUPATEN SOPPENG”**

#### **A. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang sebelumnya, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana kualitas pelayanan terhadap pelanggan pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Jennae Kabupaten Soppeng?
2. Bagaimana kepuasan pelanggan terhadap pelayanan pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Jennae Kabupaten Soppeng?

#### **B. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas sebelumnya, maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan terhadap pelanggan pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Jennae Kabupaten Soppeng.
2. Untuk mengetahui bagaimana kepuasan pelanggan terhadap pelayanan pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Jennae Kabupaten Soppeng.

### **C. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini, maka manfaat yang dapat diberikan dalam penelitian ini, adalah : Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan memberikan gambaran tentang kualitas pelayanan terhadap pelanggan.

## **1.2 TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA FIKIR**

### **A. Tinjauan Pustaka**

#### **1. Pengertian Manajemen Pemasaran**

Manajemen pemasaran adalah penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan program-program pertukaran dengan pasar yang dituju dengan maksud untuk mencapai tujuan perusahaan. Titik berat diletakkan pada penawaran perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar tersebut serta menentukan harga, mengadakan komunikasi, dan distribusi yang efektif melayani pasar.

#### **2. Fungsi Manajemen Pemasaran**

Konsep pemasaran menyatakan bahwa kunci untuk meraih tujuan organisasi adalah menjadi lebih efektif daripada para pesaing dalam memudahkan kegiatan pemasaran guna menetapkan dan memuaskan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran

### **B. Pelayanan dan Konsep Kualitas Pelayanan**

Pegadaian (Persero) Unit Jennae Kabupaten Soppeng, untuk terus meningkatkan kepuasan pelanggannya melalui kualitas pelayanan.

- a. **Bagi Penulis**  
Penelitian ini diharapkan memberikan masukan bagi pengembangan ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.
- b. **Bagi Pihak Lain**  
Penelitian ini diharapkan dapat membantu peneliti dimasa yang akan datang yang meneliti variabel yang terkait sehingga dapat mempermudah dalam penelitian yang akan dilakukannya.

yang bertujuan menimbulkan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan maksud untuk mencapai tujuan perusahaan. Titik berat diletakkan pada penawaran perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar tersebut serta menentukan harga, mengadakan komunikasi, dan distribusi yang efektif melayani pasar.

#### **1. Pengertian Pelayanan**

Pada dasarnya setiap manusia membutuhkan pelayanan, bahkan secara ekstrim dapat dikatakan bahwa pelayanan tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia. Membicarakan pelayanan berarti membicarakan suatu proses kegiatan yang konotasinya lebih kepada hal yang abstrak.

Menurut Sinambela (2010:3), bahwa istilah pelayanan berasal dari kata “layan” yang artinya menolong menyediakan segala apa yang diperlukan oleh orang lain untuk perbuatan melayani. Sedangkan menurut Moenir (2008:16), bahwa pelayanan adalah suatu proses

pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain yang dilakukan secara langsung.

## **2. Jenis-Jenis Pelayanan**

Menurut Batinggi (2011:21), bahwa terdapat 3 (tiga) jenis layanan yang bisa dilakukan oleh siapapun, yaitu :

### **a. Layanan dengan lisan**

Agar layanan lisan berhasil sesuai dengan yang diharapkan, ada syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh pelaku layanan, yakni:

- 1) Memahami masalah-masalah yang termasuk ke dalam tugasnya.
- 2) Bertingkah laku sopan dan ramah
- 3) Mampu memberikan penjelasan apa yang diperlukan.

### **b. Layanan dengan tulisan**

Layanan melalui tulisan merupakan bentuk layanan yang paling menonjol dalam melaksanakan tugas. Layanan tulisan ini terdiri dari 2 (dua) golongan yaitu :

- 1) Berupa petunjuk informasi dan yang sejenis ditujukan kepada orang-orang yang berkepentingan, agar memudahkan mereka dalam berurusan dengan instansi atau lembaga pemerintah.
- 2) Layanan berupa reaksi tertulis atau permohonan laporan, pemberian/ penyerahan, pemberitahuan dan sebagainya.

## **3. Indikator Kualitas Pelayanan**

Pada dasarnya, kualitas pelayanan berfokus kepada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dengan kata lain,

terdapat faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu jasa yang diharapkan dan jasa yang dipersepsikan.

Menurut Parasuraman (2008:26), bahwa konsep kualitas layanan yang berkaitan dengan kepuasan ditentukan oleh lima unsur yang biasa dikenal dengan istilah kualitas layanan “RATER” (*responsiveness, assurance, tangible, empathy* dan *reliability*)

## **C. Kepuasan Pelanggan**

### **1. Pengertian Kepuasan Pelanggan**

Untuk mengetahui masalah kepuasan konsumen terlebih dahulu harus didapati pengertian arti kepuasan itu sendiri. Kepuasan merupakan suatu respon emosi seseorang terhadap suatu hal yang tengah dihadapinya.

Menurut Day (2008:204), bahwa kepuasan konsumen merupakan respons konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan. Wilkie (2010:622), mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai suatu tanggapan emosional seseorang pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk. Sedangkan menurut Kotler (2009:40), bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

### **2. Tujuan Pemberian Kepuasan pada Pelanggan**

Setiap layanan yang diberikan, senantiasa berorientasi pada tujuan memberikan kepuasan kepada pelanggan. Menurut Purnama (2006:208), bahwa kepuasan seseorang dapat terlihat dari tingkat penerimaan pelanggan yang didapatkan. Tanda dari kepuasan tersebut diidentifikasi sebagai berikut :

- a. Senang atau kecewa atas perlakuan atau pelayanan yang telah diterima atau diberikan.
- b. Mengeluh atau mengharap atas perlakuan yang semestinya harus diterima atau diperoleh. Tidak membenarkan atau menyetujui sesuatu yang bertautan dengan kepentingannya

### 3. Komponen Dasar dalam Kepuasan pelanggan

Buchari (2006:55), mengatakan bahwa ada banyak definisi yang dapat menjelaskan mengenai kepuasan pelanggan, namun tetap mengacu kepada tiga komponen umum yang dapat mengidentifikasi kepuasan pelanggan, yakni :

- a. Respon, yakni tipe dan intensitas kepuasan pelanggan merupakan respon emosional dan juga kognitif. Intensitas responnya mulai dari yang sangat puas dan menyukai produk tersebut sampai sikap yang apatis terhadap suatu produk.

Fokus, yakni fokus pada performansi objek disesuaikan dengan beberapa standar. Nilai standar ini secara langsung berhubungan dengan produk, konsumsi, keputusan berbelanja, penjual dan toko.

## 1.3 METODE PENELITIAN

### A. Tempat dan Waktu

Penelitian ini akan dilakukan pada PT. Pegadaian (Persero), Unit Jennae Kabupaten Soppeng, yang berlokasi di Kec. Liliraja Kabupaten Soppeng, Sulawesi Selatan.

### B. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Menurut Sugiyono (2009:90), yang dimaksud dengan populasi ialah generalisasi yang terdiri atas subyek yang mempunyai karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang diambil melalui survey (pengamatan) di PT. Pegadaian (Persero), Unit Jennae Kabupaten Soppeng rata-rata berjumlah 10 (sepuluh) orang perhari.

#### 2. Sampel

Menurut Sugiyono (2009:92), bahwa sampel adalah sebagian dari keseluruhan bilangan individu, subyek atau peristiwa untuk suatu kesimpulan yang akan dikenakan.

Melihat banyak jumlah populasi yang ada maka teknik penentuan sampel yang akan dipergunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan tehnik pengambilan sampel rumus *slovin*, dengan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Sumber : Sugiyono (2009:92)

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran Populasi

e = Persen kelonggaran ketidaktelitian (10 % atau 0,1)

### C. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### 1. Jenis Data

Adapun jenis data yang akan digunakan pada penelitian ini nantinya adalah data kuantitatif. Data kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada sampel filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sample tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk

menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini, adalah sebagai berikut :

- a. Data primer, yaitu data yang diperoleh dengan jalan mengadakan pengamatan dan wawancara langsung dengan pelanggan dan salah karyawan yang menjadi subyek penelitian.
- b. Data sekunder, adalah data yang diperoleh dari dokumen-dokumen yang diteliti berupa laporan tertulis yang berkaitan dengan masalah yang dibahas dalam proses penelitian nantinya.

**D. Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penulisan proposal ini, adalah :

1. Penelitian kepustakaan (*library research*), yakni mendapat data-data yang berhubungan langsung dengan penelitian dan dokumen lain yang diterbitkan perusahaan.

Penelitian lapangan (*field research*), yakni mendapat data-data yang berhubungan langsung dengan penelitian, yaitu dengan cara mengadakan kegiatan terhadap pengenalan obyek penelitian

**E. Definisi Operasional Variabel**

Untuk memberikannya sama dan dalam mendefinisikan variabel-variabel yang dianalisis dalam penelitian ini nantinya, maka peneliti memberikan batasan definisi secara operasional terhadap variabel yang diteliti, yaitu :

1. Kualitas pelayanan variabel *tangible*, yaitu tenaga pengelola PT. Pegadaian (Persero) Unit Jennae Kabupaten Soppeng dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan penggunaan peralatan,

perlengkapan dan kemampuan karyawan melayani konsumen.

2. Kualitas pelayanan variabel *responsiveness*, yaitu tenaga pengelola PT. Pegadaian (Persero) Unit Jennae Kabupaten Soppeng dalam memberikan pelayanan menyadari pentingnya pelayanan yang menyenangkan dalam bekerja sesuai dengan penguasaan bidang profesi kerja yang memberikan respon yang positif dan menyenangkan.

**F. Metode Analisis**

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini, adalah sebagai berikut:

1. Analisis Data menggunakan skala likert Adapun kriteria jawaban yang disediakan pada kuisioner penelitian, menurut Sugiyono (2009:67), dalam memberikan penilaian-penilaian variabel maka dilakukan dengan menggunakan *skala likert*, sebagai berikut :

**Tabel 3.1**

**Pilihan Jawaban Kuisioner**

Sumber : Sugiyono (2009:67)

**HASIL PENELITIAN DAN**

Pilihan Jawaban	Kode Jawaban	Bobot
Sangat Setuju	A	5
Setuju	B	4
Kurang Setuju	C	3
Tidak Setuju	D	2
Sangat Tidak Setuju	E	1

## 1.5 PEMBAHASAN

### A. Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini dibagi atas 3 (tiga), yakni berdasarkan tingkat usia, tingkat pendidikan, dan pekerjaan. Adapun karakteristik dari responden dalam penelitian ini, adalah sebagai berikut :

#### 1. Berdasarkan Tingkat Usia

Berdasarkan tabel tersebut, maka dapat dilihat bahwa tingkat usia responden yang terkecil adalah pada usia antara 45 – 60 tahun dengan persentase sebesar 9,33% sebanyak 7 orang responden dan jumlah tingkat usia responden yang terbanyak adalah pada usia 26 – 35 tahun dengan persentase sebesar 52,00% sebanyak 39 orang responden, hal ini dikarenakan pelanggan lebih banyak dari kalangan ibu rumah tangga yang berusia antara 31 – 40 tahun

#### 2. Berdasarkan tingkat pendidikan

Berdasarkan hal tersebut, tingkat pendidikan responden yang terkecil adalah jenjang pendidikan S1 dengan persentase sebesar 20% sebanyak 15 orang responden dan responden yang terbanyak adalah jenjang pendidikan SLTA dengan persentase sebesar 57,3% sebanyak 43 orang responden, hal ini dikarenakan pengunjung lebih banyak dari kalangan ibu rumah tangga yang membutuhkan tambahan dana keluarga

#### 3. Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Berdasarkan hal tersebut, maka dapat dilihat bahwa jenis pekerjaan responden yang terbanyak adalah Ibu Rumah Tangga dengan persentase sebesar 69,3% sebanyak 52 orang responden, hal ini dikarenakan pelanggan lebih banyak dari kalangan IRT menggadaikan perhiasannya untuk keperluan rumah tangga

### B. Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dirumuskan di atas, menunjukkan bahwa pencapaian persentase sebesar 92%, bila dikaitkan dengan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya yakni antara 80,00 – 100%, maka dalam hal ini kualitas pelayanan adalah termasuk dalam kriteria yang sangat baik

### C. Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan

Tujuan analisis ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel kepuasan pelanggan pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Jennae Kabupaten Soppeng

Berdasarkan hasil yang telah dirumuskan di atas, menunjukkan bahwa pencapaian persentase sebesar 93,2%, bila dikaitkan dengan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya yakni antara 80,00 – 100%, maka dalam hal ini pengaruh variabel kepuasan pelanggan pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Jennae Kabupaten Soppeng, termasuk dalam kriteria yang sangat baik

## 1.6 KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa secara deskriptif kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan termasuk dalam kriteria sangat baik, dimana persentase yang diperoleh dari masing – masing variable. Dimana pada variable kualitas pelayanan didapatkan hasil persentase skor aktual sebesar 92%, bila dikaitkan dengan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya yakni antara 81 – 100%



termasuk dalam kategori sangat baik, sedangkan untuk variable kepuasan pelanggan didapatkan hasil persentase skor actual sebesar 93%, bila dikaitkan dengan criteria yang telah ditentukan sebelumnya yakni antara 81 – 100% juga termasuk dalam kategori sangat baik. Dilihat dari dugaan sementara (hipotesis) sebelumnya yaitu kualitas pelayanan masuk dalam kategori baik interval 61 – 80%, dengan demikian hipotesis diterima..

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan dalam penelitian ini, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, dimana dalam hal ini terkait dengan pelayanan jasa gadai barang dan pinjaman yang merupakan produk unggulan PT. Pegadaian (Persero) Unit Jennae Kabupaten Soppeng. Penelitian ini juga dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan strategi yang akan diambil oleh perusahaan di waktu yang akan datang, khususnya

dalam hal ini adalah bagi pihak PT. Pegadaian (Persero) Unit Jennae Kabupaten Soppeng sendiri selaku perusahaan pengelola. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelanggan merasa nyaman karena adanya pelayanan yang maksimal dari karyawan, maka di sini pimpinan perusahaan dapat mengambil langkah untuk memaksimalkan sistem pelayanan bagi nasabah agar kepuasan nasabah semakin meningkat.

Penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan mengambil *sampel* dari beberapa perusahaan yang bergerak di bidang yang sama maupun perusahaan yang bergerak di bidang berbeda, sehingga hasilnya memungkinkan untuk dilakukan perbandingan, sehingga tidak hanya terbatas pada satu buah perusahaan saja. Penelitian selanjutnya sebaiknya menambah variabel-variabel yang lain agar didapatkan hasil penelitian yang lebih akurat mengenai variabel-variabel apa saja yang mempengaruhi kepuasan nasabah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Barata, D, 2008. *Pengaruh Penggunaan Strategi Brand Extension pada Intensi Membeli Konsumen*, Pustaka Belajar Offset, Yogyakarta.
- Batinggi, Ahmad, 2011. *Manajemen Pelayanan Umum*. Universitas Terbuka, Jakarta.
- Buchari, Alma, 2006. *Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung.
- Day, JR., R.A., dan Underwood, A.L, 2008, *Manajemen Pemasaran*, Penerbit: Salemba Empat PT. Salemba Emban Patria, Jakarta.
- Dermawan, Rachman, 2006. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Cetakan Pertama. Agung Media, Jakarta
- Herlini, 2017, *Menganalisis Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan pada PT.Pegadaian Cabang Soppeng*, Unismuh Makassar, Makassar.
- Kotler, Philip, 2009, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Erlangga, Jakarta.
- Lupiyoadi, Hamdani, 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua, Salemba Empat, Jakarta.
- Marcel, 2007, *Sevqual : A Multiple – item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*. Inter Media, Bandung.
- Moenir, H.A.S, 2008. *Manajemen Pelayanan Umum*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Parasuraman, Berry, 2008. *Delivering Quality Service: Balancing Customer, Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*, PT Gramedia Pustaka, Jakarta.
- Pasolong, Harbani, 2013. *Kepemimpinan Biro kras*. CV.Alfabeta, Bandung.
- Sinambela, Lijan Poltak, 2010. *Reformasi Pelayanan Publik*. Bumi. Aksara, Jakarta.
- Sugiyono, 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, Alfabeta, Bandung.
- Supranto, 2009, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Syamsuddin, Makmun, 2009. *Esikologi Kependidikan*, IKIP, Bandung.
- Tirtomulyo, 2009, *Dasar-Dasar Pemasaran*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Tjiptono, 2011, *Strategi Pemasaran*, edisi kedua, Cetakan ketujuh, Andi, Yogyakarta.
- Wilkie, William L, 2010. *Consumer Behavior*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Yong, Y.W., Loh, L., 2008. *The Quest For Global Quality*, 1st ed, Addison-Wesley, Singapore.
- Zeithalm, 2010, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Erlangga, Jakarta